



FACULTAD DE COMUNICACIONES

Carrera de Ciencias de la Comunicación

**“INFINITO Comunicaciones: de un anhelo publicitario local a la
construcción de un holding sin límite”**

**Trabajo de suficiencia profesional para optar al título
profesional de:**

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Autor:

Carlos Alberto Martin Miñano Urbina

Asesor:

Mg. Lic. Rosa Angelica Gutierrez Mongrut

<https://orcid.org/0009-0001-1812-4613>

Trujillo - Perú

2025

Informe de Similitud

Carlos Alberto Miñano Urbina

INFINITO Comunicaciones: de un anhelo publicitario local a la construcción de un holding sin límites

-  Quick Submit
-  Quick Submit
-  Asesores

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid::1:3394234803

Fecha de entrega
31 oct 2025, 9:36 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
31 oct 2025, 9:52 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
CARLOS_MI_ANO_URBINA_TSP_FINAL.docx

Tamaño del archivo
25.3 MB

87 páginas




13.334 palabras

76.554 caracteres

8% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Fuentes principales

- 6%  Fuentes de Internet
- 0%  Publicaciones
- 5%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Tabla de contenidos

Informe de Similitud.....	2
Dedicatoria.....	3
Agradecimiento.....	4
ÍNDICE DE FIGURAS	6
Palabras Clave: Holding Publicitario Publicidad Trujillana	8
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	9
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	40
CAPÍTULO IV. RESULTADOS	66
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	80
REFERENCIAS	84

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 01	Organigrama INFINITO Comunicaciones.....	22
Figura N° 02	Diagrama de flujo de trabajo INFINITO Comunicaciones.....	35
Figura N° 03	Clientes de INFINITO Comunicaciones.....	38
Figura N° 04	Zona de cobertura de atención.....	39
Figura N° 05	Diseñador gráfico en Mayo Norte.....	48
Figura N° 06	Equipo creativo Mayo Norte, casa realizadora REEL.....	48
Figura N° 07	Pieza gráfica Día de la Madre Marcimex.....	50
Figura N° 08	Pieza gráfica Día del Padre.....	50
Figura N° 09	Pieza gráfica bosquejo digital – Volante.....	51
Figura N° 10	Campaña Quincenón – Volante.....	51
Figura N° 11	“Mama Yo Invito” – Marcimex.....	53
Figura N° 12	Formato catálogo “Mama Yo Invito”.....	54
Figura N° 13	Catálogo “Regalo para Todos” - Marcimex.....	54
Figura N° 14	Jalavista “Regalos para Todos” - Marcimex.....	55
Figura N° 15	Caravana Publicitaria – Marcimex.....	55
Figura N° 16	Activaciones BTL en mercados.....	56
Figura N° 17	Evento de cierre de año - Marcimex.....	56
Figura N° 18	Oficinas de Sucursal Piura - Bitel.....	57
Figura N° 19	Centro de atención Sechura - Bitel.....	59
Figura N° 20	Evento de lanzamiento Castilla, Piura - Bitel.....	59
Figura N° 21	Evento de lanzamiento de marca Bitel.....	60
Figura N° 22	Venta itinerante y promocional Trujillo - Bitel.....	61
Figura N° 23	Flyer digital – Grupo FG.....	62
Figura N° 24	Evento corporativo – Grupo FG LENOVO.....	62
Figura N° 25	Primavera X2 – Chicken King.....	63

Figura N° 26	Combo Primavera – Ricardo’s.....	64
Figura N° 27	Primavera X2 – Chicken King.....	64
Figura N° 28	Diseño de Logotipo INFINITO Comunicaciones.....	67
Figura N° 29	Diseño de Papel membretado – INFINITO Comunicaciones.....	68
Figura N° 30	Diseño de Tarjeta – INFINITO Comunicaciones.....	68
Figura N° 31	Diseño de Fotocheck – INFINITO Comunicaciones	69
Figura N° 32	Catálogo - INFINITO Comunicaciones	69
Figura N° 33	Fan page Facebook - INFINITO Comunicaciones.....	70
Figura N° 34	Página social Linkedin - INFINITO Comunicaciones.....	70
Figura N° 35	Carrusel digital Facebook - INFINITO Comunicaciones.....	71
Figura N° 36	Flyer Digital Facebook - INFINITO Comunicaciones.....	71
Figura N° 37	Diseño de Logotipo CHOCHERA Print.....	72
Figura N° 38	Papel membratado CHOCHERA Print.....	73
Figura N° 39	Fotocheck CHOCHERA Print	73
Figura N° 40	Imantado publicitario – CHOCHERA Print.....	74
Figura N° 41	Volante publicitario – CHOCHERA Print	74
Figura N° 42	Fan page Facebook – CHOCHERA Print	75
Figura N° 43	Gestión de contenido Facebook – CHOCHERA Print.....	75
Figura N° 44	Diseño de Logotipo – CHOCHERA Print.....	77
Figura N° 45	Diseño de Logotipo – ABSTRACTO Visual.....	77
Figura N° 46	Diseño de Logotipo – MANDALA Mercha.....	78
Figura N° 47	Diseño de Logotipo – ESENCE Brand.....	78
Figura N° 48	Diseño de Logotipo – URBANIA Media.....	78
Figura N° 49	Diseño de Logotipo – LA NUBE Social Media.	79
Figura N° 50	Diseño de Logotipo – INFINITO Diseño Visual.....	79

RESUMEN EJECUTIVO

Egresar como comunicador social en la ciudad de Trujillo, en el año 2012, implicaba enfrentar un entorno profesional local marcado por la incertidumbre, la inmadurez y, en muchos casos, una visión limitada del potencial de la comunicación. Sin embargo, esa realidad contrastaba con el ímpetu natural de quienes, como yo, salíamos de las aulas con una profunda hambre de aprendizaje. El mercado publicitario local ofrecía oportunidades, pero también desafíos estructurales que exigían creatividad, resiliencia y una visión clara de desarrollo profesional.

Mi motivación, sin embargo, no nació únicamente del deseo de crecer como profesional, sino de una inclinación natural hacia el diseño gráfico y la creación artística. Esa sensibilidad estética me llevó a concebir una visión de la publicidad ideal, sustentada en el buen gusto, la armonía visual y el respeto por los principios del diseño.

Fue así como la motivación personal y el desafío profesional de ofrecer el cien por cien, las desavenencias, las circunstancias de empleabilidad y la escasez misma; me llevaron a un punto de quiebre en lo personal y profesional. Dándome un solo camino y una solución que se alineaba y convergía con una sola visión y objetivo mayor: el de emprender, desarrollar y consolidar una agencia de publicidad trujillana, capaz de competir con agencias nacionales, de elevar el nivel creativo de la comunicación local y de proyectarse, a futuro, como un grupo de comunicaciones con servicios integrales.

Este informe de suficiencia profesional recoge ese recorrido, las decisiones tomadas, las experiencias vividas y las competencias desarrolladas a lo largo de mi ejercicio laboral.

Palabras Clave: Holding Publicitario | Publicidad Trujillana

NOTA

El contenido de la investigación no se encuentra disponible en **acceso abierto** por determinación de los propios autores, en concordancia con en el Texto Integrado del Reglamento RENATI (artículo 12), la Directiva N°048-2020-CONCYTEC-P que regula el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto (ALICIA) administrado por el pliego Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica - CONCYTEC y la Ley N° 29733, Ley de Protección de Datos Personales.

REFERENCIAS

- **Belch, G. E., & Belch, M. A.** (2020). *Publicidad y promoción: perspectiva de la comunicación integrada de marketing*. Editorial McGraw-Hill.
- Fernández Gómez, J. D. (2011). *Estrategias creativas en publicidad*. Editorial Síntesis.
- Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. Free Press.
- Kapferer, J.-N. (2012). *The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking*. Editorial Kogan Page.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Dirección de marketing*. Editorial Pearson Educación.
- Sánchez Guzmán, J. (2019). *Gestión publicitaria moderna: estructuras, procesos y tendencias*. Editorial UOC.
- Doyle, P. (2002). *Value-Based Marketing: Marketing Strategies for Corporate Growth and Shareholder Value*. Editorial John Wiley & Sons.
- CAAD Design. (s. f.). *Retail branding: Qué es, beneficios y estrategias en tienda física*. Recuperado de <https://caad-design.com/retail-branding-que-es-beneficios-y-estrategias-en-tienda-fisica> (consultado 15 de octubre de 2025)
- Sirope. (s. f.). *Retail branding*. Recuperado de <https://sirope.es/branding/retail-branding/> (consultado 28 de septiembre de 2025)
- Loaiza Massuh, A. (2022). *Estrategias de marketing digital y su influencia en el desarrollo empresarial*. Polo del Conocimiento. Recuperado de <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/9531/html> (consultado 9 de octubre de 2025)

- Zambrano-Salazar, C. (Año no especificado). *Determinantes del modelo estratégico publicitario en el comportamiento del consumidor de las empresas sector comercial*. Polo del Conocimiento. Recuperado de <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/817/html> (consultado 23 de septiembre de 2025)
- “Estrategias de Publicidad: Objetivos, Planificación y Modelos Creativos.” (s. f.). Xuletas. Recuperado de <https://www.xuletas.es/ficha/estrategias-publicidad-objetivos-planificacion-modelos-creativos/> Xuletas (consultado 24 de septiembre de 2025)
- “Concepto estratégico publicidad: qué es, objetivos y pasos.” (s. f.). Comunicare. Recuperado de <https://www.comunicare.es/concepto-estrategico-publicidad/comunicare.es> (consultado 11 de octubre de 2025)